MRK-1900 : Marketing touristique durable

NRC 18573

Hiver 2015

Mode d'enseignement : À distance

Temps consacré : 3-0-6

Crédit(s) : 3

Principes fondamentaux de marketing dans une perspective de développement durable. Nature des services touristiques et rôle du marketing pour l'organisation et le territoire. Principes de démarketing. Commercialisation des produits et services touristiques d'une entreprise ou à l'intérieur d'un territoire. Définition et création du produit touristique selon les clientèles visées et les réseaux de distribution du produit touristique. Distribution directe et indirecte du produit touristique. Définition d'un plan de marketing touristique dans une perspective de développement durable.

Ce cours est offert à distance. Pour plus d'informations, consultez la page du cours à l'adresse www.distance.ulaval.ca.

Plage horaire :

Sur Internet
- 00h00 à 00h00 Du 12 janv. 2015 au 24 avr. 2015

Il se peut que l'horaire du cours ait été modifié depuis la dernière synchronisation avec Capsule. Vérifier l'horaire dans Capsule

Site de cours : https://www.portaildescours.ulaval.ca/ena/site/accueil?idSite=59778

Coordonnées et disponibilités

Laurent Bourdeau
Enseignant

Laurent.Bourdeau@ggr.ulaval.ca

Laurent Bourdeau, Ph.D.
Professeur titulaire

Pavillon Abitibi-Price, local 3175

http://www.ggr.ulaval.ca/index.php?id=1134

Laurent.Bourdeau@ggr.ulaval.ca

418-656-2131 poste 8811

418-656-3960

Soutien technique :

Équipe de soutien - Systèmes technopédagogiques (BSP)
http://www.ena.ulaval.ca/aide.html
418-656-2131 poste 14331
Sans frais: 1-877 7ULAVAL, poste 14331

Automne et hiver	
Lundi au jeudi	8h00 à 19h00
Vendredi	8h00 à 17h30
Samedi	9 h à 12 h
Dimanche	12 h à 15 h
Été	

Lundi au jeudi	8h00 à 17h00
Vendredi	8h00 à 16h00

Sommaire

Description du cours 4
- Introduction 4
- But 4
- Objectifs généraux 4
- Approche pédagogique 4
- Modalités d'encadrement 5
- Charge de travail et calendrier 5

Contenu et activités 7

Évaluation et résultats 8
- Liste des évaluations 8
- Informations détaillées sur les évaluations sommatives 8
  - Tendances et profils des touristes 8
  - Étude de cas 8
  - Plan marketing d'un service touristique 8
  - Examen final 8
- Examen sous surveillance 9
- Barème de conversion 9
- Règles disciplinaires contre la tricherie et le plagiat 9
- Gestion des délais 9
- Correction linguistique, retard et présentation des travaux 10
- Évaluation de l'enseignement 10
- Résultats 10
- Utilisation d'un logiciel de détection de plagiat 10

Matériel didactique 10
- Matériel obligatoire 10
- Site web de cours 11
- Spécifications technologiques 11
- Portail thématique de la Bibliothèque 11
- Matériel du cours 11

Médiagraphie et annexes 11
- Médiagraphie 11
- Annexes 11

Description du cours

Introduction

Le cours de 3 crédits permet d'acquérir les concepts fondamentaux du marketing afin de mieux comprendre les services et les destinations touristiques. Ce cours de base permettra à l'étudiant de comprendre le rôle et la nature du marketing dans une perspective de tourisme durable. Les étudiants seront exposés à la complexité de l'application des principes du tourisme durable pour le gestionnaire qui doit faire des profits, répondre aux besoins des consommateurs et développer un service ou une destinationt touristique.

Ce document vous aidera dans votre préparation afin de suivre le cours. Il définit en quelque sorte un mode d'emploi, non seulement pour le matériel didactique du cours, mais aussi pour le cheminement que vous devez adopter et les différentes exigences auxquelles vous devez répondre.

But

Ce cours a pour principal objectif d'initier l'étudiant aux outils et décisions auxquels sont confrontés les gestionnaires du marketing. Les caractéristiques spécifiques des services touristiques, les besoins et attentes des touristes, l'expérience et la qualité des services, la prise de décision en matière d'achat, la stratégie de segmentation, l'impact des variables socio-économiques et géographiques sur le comportement d'achat, la distribution et la communication touristique, seront abordés dans ce cours. Les étudiants seront également exposés au concept d'innovation dans les services touristiques, notamment afin d'introduire une perspective durable dans la commercialisation. Finalement, les étudiants seront exposés à la problématique de la croissance des ventes dans une société confrontée à des problèmes environnementaux et du rôle du marketing dans la société.

Objectifs généraux

Au terme de ce cours, l'étudiant serait en mesure :

1) de comprendre la nature et le rôle du marketing dans les organisations touristiques et la société;

2) d'identifier les caractéristiques des services touristiques;

3) de comprendre le comportement d'achat des touristes;

4) de connaître la segmentation et son utilisation pour la commercialisation des services touristiques;

5) de concevoir un plan de marketing dans le domaine du tourisme;

6) d'intégrer les principes du développement durable au mix-marketing;

7) de connaître les différents éléments et stratégies du marketing des entreprises touristiques;

8) de différencier le marketing des services touristiques du marketing de la destination touristique.

Approche pédagogique

Le cours est conçu selon une approche pédagogique propre à la formation par Internet. Le matériel didactique et la formule utilisés vous permettent d'adopter une démarche d'apprentissage axée sur la collaboration, la communication ainsi que le travail individuel ou d'équipe. Ces méthodes pédagogiques vous amèneront à gérer votre temps de manière flexible et structurée afin de respecter le rythme du cours.

Durant ce cours, vous aurez à effectuer des lectures, à consulter des éléments multimédia, des sites Internet et à communiquer avec le professeur et les autres étudiants du cours. Voici la liste des activités d'apprentissage qui seront utilisées durant la session :

Présentations sous format PowerPoint

Afin de synthétiser la matière, des présentations sur Internet sous format PowerPoint vous permettront d'aborder les éléments théoriques ainsi que les explications pratiques nécessaires à la réalisation des travaux de session. Vous devez prendre

connaissances de ces présentations afin de participer aux forums de discussion, de réussir l'examen et les travaux de session.

Lectures obligatoires

Une série de lectures provenant du livre obligatoire du cours ou de sites Web vous seront proposées afin de vous permettre d'assimiler les concepts de cours. Les lectures obligatoires sont nécessaires pour la réussite de l'examen et des travaux de session. Elles vous permettront également d'approfondir vos réflexions à travers les forums de discussion.

Lectures complémentaires

Des documents, sites Web ou lectures vous sont proposées afin d'approfondir le contenu du cours.

Sites Web
La visite de ces sites Web est obligatoire et nécessaire pour la préparation de l'examen du cours. Ces sites peuvent illustrer un concept du cours ou contenir des exemples d'organisations ou d'entreprises touristiques associées aux concepts du cours.

Travaux

Les travaux vous permettront d'établir un lien entre la théorie et la pratique. La réalisation de ces travaux vous permettra notamment d'identifier des tendances de consommation et de réaliser un plan de marketing touristique.

Forums de discussion

Que ce soit pour poser une question sur la matière ou participer à un débat, vous aurez à utiliser le forum de discussion. Les forums sont des lieux où les étudiants peuvent échanger entre eux ou avec le professeur du cours.

Examen en salle sous surveillance

Vous aurez à effectuer un examen final en salle. Cet examen sera développé à partir du contenu de ce cours.

Modalités d'encadrement

Nous vous suggérons de suivre le calendrier de travail proposé dans la section Calendrier. En adoptant un rythme d'apprentissage régulier dès le début de la session, vous serez en mesure de respecter les échéances du cours, de partager des informations et de discuter avec les autres étudiants du cours, et de bénéficier d'une rétroaction de l'enseignant sur la matière en cours. La personne inscrite reste bien sûr la seule gestionnaire de son temps, mais elle s'engage à remettre les travaux notés aux moments prescrits sous peine de sanction. De plus, elle s'engage à effectuer les examens aux moments prescrits.

L'enseignant vous fournira des rétroactions, notamment par sa présence aux discussions des forums, mais également par la remise des travaux de session ou la correction des examens. Bien sûr, vous pourrez communiquer avec votre enseignant par courriel pour lui poser des questions.

À travers les forums de discussion, l'enseignant proposera des débats et guidera la classe dans sa démarche de résolution de problèmes. Il est important de prendre conscience que la réponse aux questions posées par courrier électronique ou sur le forum ne sera pas instantanée. Il ne répondra pas nécessairement à toutes les questions du forum, mais il consultera tous les messages. Certaines questions du forums doivent être répondues par les étudiants. Vous êtes invités à soumettre des questions ou des réponses à travers les forums.

Remarque par rapport à l'encadrement : L'enseignant lira tous les messages sur les forums. L'enseignant visitera le site du cours 4 fois par semaine. Les réponses aux courriels personnels seront effectuées 2 fois par semaine. Afin d'éviter des délais supplémentaires, il est recommandé d'être explicite dans vos questions et vos commentaires. Par exemple, vous êtes invités à spécifier le nom des documents ainsi que les pages sur lesquelles portent vos questions. De plus, les questions transmises par courriel doivent être rédigées avec clarté et précision.

Charge de travail et calendrier

Ce cours de trois crédits est offert par Internet sur une session de 15 semaines. La somme de travail exigée pour l'étude des modules, les lectures obligatoires, les travaux de session et la réalisation de l'examen final est d'environ 135 heures par session. En moyenne, la charge de travail hebdomadaire est d'un peu plus de 9 heures.

Calendrier

Semaine Hiver 15	Module	Activités d'apprentissage et évaluations	Activités et lectures

11 au 17 janvier	1	Présentation du cours • Objectifs du cours • Évaluation et calendrier (début et fin de session) • Déroulement du cours • Bases de données de la bibliothèque Introduction au concept du marketing • Qu'est-ce le marketing ? • Mix-marketing • Tourisme durable et décroissance ?	• Plan du cours • Plan stratégique Sépaq • Plan stratégique 2011-2013de l'OTQ • Frochot & Legohérel (2014), chapitre 1
18 au 24 janvier	2	Processus de choix du touriste • Attentes, besoins, valeurs • Motivations • Comportement d'achat	• Frochot & Legohérel (2014), chapitre 2 • Rapport de performance de l'OTQ 2012
25 au 31 janvier	3	Comportement du touriste • Perception et risque • Achat et attitude • Besoins • Influence socio-économiques et culturelles	• Frochot & Legohérel (2014), chapitre 2
1er au 7 février	4	Qualité des services touristiques • Caractérisiques des services • SERVQUAL • Dimensions durables du tourisme	• Frochot & Legohérel (2014), chapitre 3
8 au 14 février	5	Établir une relation avec le touriste • Système d'information touristique • Marketing direct • Fidélisation des touristes • Coûts et relation avec le client	• Frochot & Legohérel (2014), chapitres 4 et 5
15 au 21 février	6	Positionnement et segmentation • Positionnement de la destination et des produits touristiques • Segmentation des touristes • Critères de segmentation	• Frochot & Legohérel (2014), chapitre 6
22 au 28 février	7	Étude de cas	
1 au 7 mars	8	Semaine de lecture	
8 au 14 mars	9	Plan marketing • Stratégie de planification marketing • Processus de planification	• Lecture disponible sur le site internet du cours
15 au 21 mars	10	Politique de prix et tarif • Déterminer le prix selon les objectifs commerciaux • Analyse de la concurrence et de la demande	• Frochot & Legohérel (2014), chapitre 7

		• Yield management	
22 au 28 mars	11	Rendement et distribution • Distribution en tourisme • Distribution directe et indirecte • Distribution et Internet • Acteurs locaux dans la distribution	• Frochot & Legohérel (2014), chapitre 8
29 mars au 4 avril	12	Communication et image touristique • Communication et image • Image et marque	• Frochot & Legohérel (2014), chapitres 9 et 10
5 au 11 avril	13	Innovation • Innovation de produits et de processus • Utiliser le tourisme durable comme élément d'innovation • Internet et commercce électronique	• Carvalho & Costa (2011) • Morand (2011) • Xiang & Getzel (2010)
12 au 18 avril	14	Crises et tourisme • Définition d'un crise • Type de crise • Phase d'une crise • Gestion d'une crise	• Frochot & Legohérel (2010), chapitre 10
Lundi 21 avril	15	Examen final (en classe)	18h30 à 21h20

La semaine de présentation des modules pourrait être modifiée au cours de la session par le professeur. Des lectures obligatoires peuvent être ajoutées au cours de la session.

Contenu et activités

Le tableau ci-dessous présente les semaines d'activités prévues dans le cadre du cours.

Titre	Date
Module 1 : Présentation du plan de cours et Introduction	
Module 2 : Processus de choix du touriste	
Module 3 : Comportement du touriste	
Module 4 : Qualité des services touristiques	
Module 5 : Établir une relation avec le touriste	
Module 6 : Positionnement et segmentation	
Module 7 : Étude de cas	
Module 8 : Semaine de lecture	
Module 9 : Plan marketing	
Module 10 : Politique de prix et tarif	
Module 11 : Rendement et Distribution	
Module 12 : Communication et image touristique	

Module 13 : Innovation et internet	
Module 14 : Crises et tourisme	
Module 15 : Examen final	

Note : Veuillez vous référer à la section Contenu et activités de votre site de cours pour de plus amples détails.

Évaluation et résultats

Liste des évaluations

Sommatives

Titre	Date	Mode de travail	Pondération
Tendances et profils des touristes	Dû le 6 mars 2015 à 18h00	En équipe	15 %
Étude de cas	Du 24 févr. 2015 à 18h00 au 25 févr. 2015 à 18h00	Individuel	10 %
Plan marketing d'un service touristique	Dû le 24 avr. 2015 à 18h00	En équipe	35 %
Examen final	À déterminer	Individuel	40 %

Informations détaillées sur les évaluations sommatives

Tendances et profils des touristes

Date de remise : 6 mars 2015 à 18h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 15 %
Remise de l'évaluation :
- Boîte de dépot

Directives de l'évaluation :

Le travail peut être réalisé seul ou en équipe. Les instructions détaillées seront disponibles sous peu.

Étude de cas

Date : Du 24 févr. 2015 à 18h00 au 25 févr. 2015 à 18h00
Mode de travail : Individuel
Pondération : 10 %

Directives de l'évaluation :

Les instructions détaillées seront disponibles sous peu.

Plan marketing d'un service touristique

Date de remise : 24 avr. 2015 à 18h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 35 %
Remise de l'évaluation :
- Boîte de dépot

Directives de l'évaluation :

Les instructions détaillées seront disponibles sous peu.

Examen final

Titre du questionnaire : Examen final du 21 avril 2015
Période de disponibilité : À déterminer

Tentatives : 1 tentative permise
Mode de travail : Individuel
Pondération : 40 %

Directives :

Examen sous surveillance

L'examen final se fait individuellement et aura lieu à la quinzième semaine de la session. Lors de cet examen en salle, les étudiants peuvent utiliser les notes de cours et la documentation (ex. le livre et les textes associés au cours, le contenu des forums de discussion). L'examen final se base sur les notes de cours, les sites Internet, le livre et les lectures obligatoires disponibles sur le site Internet du cours, le contenu des forums de discussion et les concepts associés aux travaux de session. L'examen final couvre l'ensemble de la session et sera d'une durée de 2h50. Cet examen sera développé à partir du contenu de ce cours. Consultez le module 15 du site Internet du cours afin d'obtenir de plus amples informations à ce sujet.

Barème de conversion

Cote	% minimum	% maximum
A+	89,5	100
A	86,5	89,49
A-	83,5	86,49
B+	80,5	83,49
B	77,5	80,49
B-	74,5	77,49

Cote	% minimum	% maximum
C+	71,5	74,49
C	68,5	71,49
C-	64,5	68,49
D+	60,5	64,49
D	54,5	60,49
E	0	54,49

Retard motivé : Z
Cours non complété : E (échec)
Note retardée par le professeur : M

Le barème de notation comporte les ajustements de cote par rapport au barème facultaire (ex. A+ équivaut à 90-100).

Règles disciplinaires contre la tricherie et le plagiat

Tout étudiant(e) qui commet une infraction relative aux études, au sens du Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval, dans le cadre du présent cours, notamment en ce que constitue du plagiat, est passible des sanctions qui sont prévues par ce Règlement. Il est très important que chaque étudiant(e) prenne connaissance des articles 22 à 32 dudit Règlement, à : www.ulaval.ca/sg/reg/Reglements/Reglement_disciplinaire.pdf.

Tout étudiant(e) est tenu, en réalisant tout travail écrit requis dans un cours, de respecter les règles relatives à la protection du droit d'auteur et à la prévention du plagiat dans ses travaux formateurs soumis à l'évaluation. Constituent notamment du plagiat les faits de :

i. copier textuellement un ou plusieurs passages provenant d'un ouvrage sur support de papier ou électronique sans mettre ces passages entre guillemets ni en hors-texte et sans en mentionner la source;
ii. résumer l'idée originale d'un auteur(e) en l'exprimant dans ses propres mots (paraphraser) sans en mentionner la source;
iii. traduire partiellement ou totalement un texte sans en mentionner la provenance;
iv. remettre un travail copié partiellement ou totalement d'un autre étudiant(e) (avec ou sans son accord);
v. remettre un travail téléchargé partiellement ou totalement d'un site d'achat ou d'échange de travaux scolaires.

[Sources: En application de l'article 152 du Règlement des études de l'Université Laval, http://www.ulaval.ca/sg/reg/Reglements/Reglement_des_etudes.pdf, entré en vigueur le 1er mai 2009. Commission de l'Éthique de la science et de la technologie, La tricherie dans les évaluations et les travaux à l'université: l'éthique à la rescousse (rédaction: Denis Boucher), Québec, 15 mai 2009; texte adapté ici le 16 juillet 2009.]

Gestion des délais

Pour chaque travail de session, une pénalité de 10 % par jour de retard au-delà de la date prévue est appliquée. Après une semaine de retard, votre travail sera refusé. Le travail de session doit obligatoirement être transmis par courriel au professeur sous format word.

Correction linguistique, retard et présentation des travaux

Un maximum de 15 % pourra être enlevé aux résultats de chacun des examens et des travaux pour des fautes de grammaire, d'orthographe, de ponctuation ou de syntaxe, ainsi que pour la propreté du document, et cela à raison d'un demi-point (0,5 %) par faute ou erreur constatée. La correction des travaux d'étudiants non francophones fera l'objet d'une considération particulière.

Aucun retard injustifié à la remise des travaux ne sera toléré.

Évaluation de l'enseignement

À la fin de ce cours, l'Université peut procéder à l'évaluation du cours afin de vérifier si la formule pédagogique a atteint ses buts. Vous recevrez à cet effet un questionnaire d'évaluation (par la poste ou par courriel) qui permettra d'améliorer ce cours de formation à distance. Cette dernière étape est très importante et les responsables du cours vous remercient à l'avance pour votre collaboration.

Résultats

- Les résultats des travaux ou les rétroactions seront transmis en cours de session.

Utilisation d'un logiciel de détection de plagiat

L'Université Laval étant abonnée à un service de détection de plagiat, il est possible que l'enseignant soumette vos travaux pour analyse.

En cas de fraude ou de plagiat, des actions disciplinaires pourraient être conduites. Pour plus d'information à ce sujet, vous pouvez consulter le Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval (www.ulaval.ca/sg/reg/Reglements/Reglement_disciplinaire.pdf).

Citer vos sources selon les règles préconisées est d'une importance capitale. Pour plus d'information sur le référencement, vous pouvez consulter les sites Web suivants :

- Citer ses sources : www.bibl.ulaval.ca/chercher-autres-sujets/citer-ses-sources
- Tutoriel : Citer ses sources et éviter le plagiat www.bibl.ulaval.ca/diapason/plagiat/plagiat.htm

Matériel didactique

Matériel obligatoire

1) Le livre Marketing du tourisme sera en vente à la Coopérative Zone Université Laval. Veuillez vous informer de sa disponibilité avant de vous déplacer. Le prix de vente du livre est disponible sur le site internet la Coopérative Zone Université Laval.

Isabelle Frochot et Patrick Legohérel (2014). Marketing du tourisme - 3e édition, Dunod.
Chez Zone, les codes suivants sont affichés :
ISBN10 : 2100708201
ISBN13 : 9782100708208
Code de produit : 853289.

2) Dans chacun des modules, vous devez également lire les lectures obligatoires qui sont disponibles sous format pdf dans l'encadré intitulé Lectures obligatoires sous l'onglet Lectures. Ces documents disponibles sur le site Internet du cours sous

format pdf sont gratuits.

Site web de cours

Le site web du cours est situé sur la plate-forme de cours disponible à l'adresse suivante : https://www.portaildescours.ulaval.ca .

Le matériel didactique disponible sur le site web du cours comprend :

- les notes de cours (en format pdf)
- les exercices
- les références (liens web, glossaire et bibliographie)

Spécifications technologiques

Pour pouvoir suivre ce cours, vous devrez disposer du matériel et des logiciels suivants :

Logiciels		Adresse web	Prix
Lecteur PDF	Acrobat Reader version 9.0 ou +	www.adobe.com	Gratuit
Machine virtuelle	Java	www.java.com	Gratuit
Lecteur Flash	Macromedia Shockwave Player	www.adobe.com	Gratuit

Portail thématique de la Bibliothèque

La Bibliothèque de l'Université Laval offre à ses usagers l'accès à des informations et des outils en recherche documentaire regroupés par discipline :

- Livres, articles, documents multimédias, etc.
- Bases de données de la discipline
- Nouveautés
- Suggestions de votre conseiller à la documentation
- Trucs et astuces
- Etc.

Pour explorer les ressources de votre discipline, cliquez sur le lien suivant : www.bibl.ulaval.ca/mieux/chercher/index_portails

Matériel du cours

L'ensemble du matériel didactique nécessaire pour ce cours est disponible :

- sur le site Web du cours dans la section Contenu et activités.

Médiagraphie et annexes

Médiagraphie

Outre les sources bilbiographiques disponibles à la fin du livre, vous retrouverez une médiagraphie spécifique à chacun des modules. De plus, sur cette page, vous trouverez des sites internet qui vous permettront d'accéder à des bases de données contenant des articles scientifiques ou des documents professionnels.

Annexes

Pour la réalisation de vos travaux, vous êtes invités à utiliser les bases de données de la bibliothèque ou certaines sites internet.

Google Scholar

Ce moteur de recherche vous permettra de trouver des articles scientifiques ou professionnels. Vous n'avez pas besoin d'être branché à la Bibliothèque de l'Université Laval afin d'utiliser ce moteur de recherche.

Accès hors campus (Service WebVPN)

Si vous travaillez hors-campus (ex. de la maison), vous avez accès aux bases de données de la Bibliothèque de l'Université Laval afin de réaliser vos travaux. Si vous êtes à l'extérieur du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN avant d'accéder aux bases de données de la Bibliothèque de l'Université Laval.

Portail de la géographie

Pour la réalisation de vos travaux, vous êtes invités à visiter le portail de la géographie de la Bibliothèque de l'Université Laval. Vous y trouverez moult informations pertinentes sur la géographie.

Hospitality and Tourism Complete

Cette base de données contient des revues de recherche portant notamment sur le tourisme. Vous trouverez dans cette base de données les principales revues scientifiques de langue anglaise. Si vous êtes hors du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN afin d'accéder à cette base de données.

Eureka

Cette base de données contient des revues ou des journaux professionnels. Vous y trouverez de nombreux articles de quotidien en français. Si vous êtes hors du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN afin d'accéder à cette base de données.

Leisure Tourism Database

Cette base de données contient des revues de recherche portant notamment sur le tourisme et le loisir. Vous trouverez dans cette base de données les principales revues scientifiques de langue anglaise. Si vous êtes hors du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN afin d'accéder à cette base de données.

Science direct

Cette base de données contient des revues de recherche portant notamment sur la consommation. Vous trouverez plusieurs dont plusieurs portent sur le tourisme et le loisir. Vous trouverez dans cette base de données les principales revues scientifiques de langue anglaise. Si vous êtes hors du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN afin d'accéder à cette base de données.

Citez vos sources

Pour vos références et citations, je vous invite à consulter cette page électroniquede de la Bibliothèque de l'Université Laval. Vous pouvez adopter ou vous inspirer du style de l'APA ou de l'MLA. Prière de présenter vos références de façon uniforme et ce, tant dans le texte que dans la section Bibliographie de vos travaux.

Voici d'autres éléments d'informations pertinents :

Évaluer et citer ses sources

Tutoriel : Citer ses sources et éviter le plagiat

Comment citer un document électronique?